



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**EL MARKETING DE SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN EL  
POSICIONAMIENTO DE LA CONSULTORA JHO SOLUTION  
S.A.C EN EL DISTRITO DE LOS OLIVOS - AÑO 2015**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA:**

**ZANABRIA POMA, ZARA**

**ASESOR METODOLÓGICO:**

**DR. RODRIGUEZ FIGUEROA, JORGE**

**LINEA DE INVESTIGACIÓN**

**MARKETING**

**LIMA-PERÚ**

**AÑO-2015**

**Página del Jurado**

**PRESIDENTE:**

.....

**SECRETARIO:**

.....

**VOCAL**

.....

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis a mi esfuerzo  
diariamente le puse con altos y bajos  
momentos que pude haber tenido.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por darme fuerzas para seguir avanzando y a mis padres por el esfuerzo que hacen por seguir educándome.

### Declaratoria de Autenticidad

Yo Zara Zanabria Poma con DNI N° 48122474, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración de Empresas, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presenta tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo

Lima, Diciembre del 2015

---

Zara Zanabria Poma

## Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamentos de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presente ante ustedes la Tesis Titulada “El marketing de servicio y su influencia en el posicionamiento de la consultora JHO SOLUTION S.A.C en el distrito de los Olivos, Año 2015”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que se cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el titulo Profesional de Administradora de Empresas.

Zara Zanabria Poma

## INDICE

PAGINA DEL JURADO	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTECIDAD	iv
PRESENTACION	v
RESUMEN	viii
ABSTRACT	viii
CAPITULO I : INTRODUCCION	
1.1 Realidad problemática	9
1.2 Antecedentes	11
1.3 Marco teórico	13
1.4 Formulación del problema	16
1.5 Justificación	17
1.6 Hipótesis	18
1.7 Objetivos	18
CAPITULO II : METODO	
2.1 Diseño de la investigación	21
2.1.1 Tipo	21
2.1.2 Nivel	21
2.2 Variables	22
2.2.1 variable independiente	21
2.2.2 variable dependiente	24
2.2.3 Operacionalizacion de variables	26,27
2.3.1 Población	28
2.3.2 censo	28
2.3.3 Muestreo	28
2.4 Técnicas o instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	29
2.4.1 Validez	29
2.4.2 Confiabilidad	30
2.5 Métodos de análisis de datos	31
2.6 Aspectos éticos	31
CAPITULO III: RESULTADOS	
3.1 PRUEBA DE NORMALIDAD	32
a. Prueba de Kolmogorov	32
3.2 Contrastación y Correlación de Hipótesis	32
3.3 Análisis descriptivo	38
3.4 Análisis explicativo	43
CAPITULO IV: DISCUSION	
Del Problema	46
De los objetivos	47
De la hipótesis	49
CAPITULO V: CONCLUSIONES	52
CAPITULO VI: RECOMENDACIONES	54

CAPITULO VII: REFERENCIAS	55
ANEXOS	57



## **RESUMEN**

En esta tesis se observó las diferentes investigaciones teóricas y empíricas sobre el marketing de servicio y el posicionamiento, tiene como título: El marketing de servicio y su influencia en el posicionamiento de la consultora JHO SOLUTION S.A.C, en el distrito de Los Olivos, Año 2015". Esta elaborado con el único objetivo de analizar la influencia existente del marketing de servicio y el posicionamiento. Cuyo objetivo general ha sido determinar la influencia del marketing de servicio en el mejoramiento del posicionamiento en la consultora JHO SOLUTION S.A.C., en el distrito de Los Olivos, del Año 2015, con una población y muestra de 30 encuestados, donde la encuesta duro dos días por motivo que no todo los días vienen los clientes a la empresa los cuales obtuvimos un resultado estupendo en donde se conoció que el marketing de servicio por parte de la empresa estaba mal desarrollada y por eso su posicionamiento era pésimo.

Palabras claves

Segmentación, satisfacción, comunicación, avance tecnológico

## **ABSTRACT**

In this thesis different theoretical and empirical research on marketing and positioning service examined, is titled: The marketing service and its influence on the positioning of the consulting JHO SOLUTION SAC, in the district of Los Olivos, 2015 ". This made for the sole purpose of analyzing the existing influence of marketing and positioning service. Whose overall objective was to determine the influence of marketing service in improving the positioning consultancy JHO SOLUTION SAC, in the district of Los Olivos, 2015, with a population sample of 30 respondents, where the hard survey two days on the grounds that not every day customers come to the company which obtained a great result where it was learned that the marketing service by the company was poorly developed and therefore his position was appalling.

Keywords    Segmentation,    satisfaction,    communication,    technological advancement.